

数字时代网络传媒在音乐传播中的作用

吕梦岚

(厦门大学 艺术学院 福建 厦门 361005)

摘 要 随着时代的发展,社会的进步,音乐传播的手段也在不断进步。和传统的传播媒体相比,互联网这一媒体传播在当代的音乐传播中,有着无可比拟的优势,本文讲述了数字时代,网络传媒的特征及网络传媒在现代音乐传播中的独特优势,说明了网络传媒在音乐传播中的作用。

关键词 网络传媒 音乐传播 作用

人类进入21世纪,人和人之间进行信息传播的方式发生了巨大的、广泛的变化。随着数字电子技术的发展,各种数字新媒体不断地发展进步,以互联网、手机为代表第四代新兴媒体方式在人们的日常生活中发挥着越来越重要的作用。在现代这样一个数字化、多媒体的传播社会环境中,以报纸、收音机等为代表传统媒体已经不能适应人们对快速获取信息的需要,这种落后的传播方式逐渐被人们淘汰,取而代之的是网络传媒方式在现代音乐传播中发挥着越来越重要的作用。

1 数字时代网络传媒特征

1.1 共享性和虚拟性

网络传媒的发展,让人们可以在最短的时间内得到更多的最新资讯。从音乐创作者的角度来看,专业的音乐创作人员会受到例如唱片公司或者外界传媒的影响,他们发布自己的音乐作品的时候,会受到各种因素的制约。但是随着互联网技术的发展和普及,只要创作者自己愿意,就可以把他的作品发布在网上,供受众欣赏传播。著名的哲学家黑格尔认为:艺术在最初传播的时候,就是人把自己脑袋里精神产生出的观念或者作品用他创作的艺术作品表达出来,让别人可以了解,把作品的内容意义和它的形象表现出来,这种表现不仅仅是存在在现实社会中的事物,还包括了思想和精神领域的内容。网络媒体的虚拟性,让音乐在传播过程中在很大程度上去除了功利的一面而纯粹走向了自然、走向了大众。创作者和欣赏者都能够把音乐的创造、传播和欣赏当成单纯的艺术行为,在网络这个虚拟的空间里分享彼此的看法、思想和认识。^[1]

1.2 时尚性和有效性

对于现代流行音乐的传播速度而言,传统的媒体无论从传播成本、传播技术和社会主流意识层面等收到很多外界因素的制约,无法和网络媒体相比。网络媒体让音乐传播不受时间和空间的限制,在内容更新也没有固定的周期,在用户使用的过程中也非常便捷。很多网络音乐不需要专业音乐创作者进行专业创作,充分利用互联网的独特优势传递着网民的声音、图像、音乐等等,由于没有太大的成本和技术、发行的要求,草根音乐在网络上得到广泛传唱。数字化的传播手段不但给人提供了获得最新资讯的快捷手段,而且也给了现代社会每个人很多展示自己的机会,在网络的虚拟社会中,可以充分刺激人们的感官,同时,音乐的艺术欣赏性和审美性在很广的范围内可以传递给普通大众。在网络这个平台上,人们可以自由地表达出自己对音乐的看法、对音乐艺术的理解,对音乐表达情感的感受,享受着全新的时尚感觉。^[2]

1.3 交流性和双重性

在数字时代,网络传播音乐是对传统纯粹听音乐的一个巨大冲击。视觉媒体的介入不会对欣赏音乐的人自身的音乐素质产生很高的要求,可以接纳各个层面的欣赏者和聆听者。音乐创作者包含的深层内涵可以借助视觉这一手段进行直白地表达。在这种欣赏方式中,欣赏从单纯的听变成眼睛观赏和耳朵聆听的双重感受,然后还可以在网络上进行自由表达自己的感受。这种交流性和双重性也是网络媒体传播手段的重要特征,让音乐可以深深地影响着受众的思想和生活,满足人们视觉和听觉的完美需要。在网络平台上,普通人进行创作的时候,可以体验到创造的无可名状的乐趣,受众不需要深入地思考这首音乐所要表达的深刻含义。网络音乐创作者常常会使用幽默诙谐而又不失调皮的语言,用明快的节奏感表达自己的感情。受众在有限的时间中可以尽情宣泄情绪、

放松身体和心灵,获得全新感受,而且聆听网络音乐,没有任何负担和压力,网络音乐用率真、充满感性的声音带给大众最简单最自然的心灵感受,有人认为这种欣赏音乐的感觉是比较低层次的,没有一点水平和艺术美感。然而欣赏音乐的美感和灵感本身就不存在优劣之分。真正的美感是要结合着受众本人独特的审美心理进行的,带给人的是一种心灵享受。^[3]

2 在音乐传播中,网络传媒比传统传媒方式的优

在数字时代,网络空间原本就是一个张扬个性、把想象在现实中进行实践的感性空间。在这个虚拟的空间里面,音乐作品的四个组成部分:世界、创作者、音乐作品、受众,被全部模糊掉了,现实的世界在网络中被虚拟化了,创作者从专业的人士变成了普通大众的一员。音乐作品从封闭性也走向开放多元参与性。受众从被动的接受者变成了主动参与者。在网络媒体时代,音乐已经不是单单的作为审美对象存在,欣赏音乐的大厅里变成了没有一名观众的空壳。音乐通过网络走出高雅的殿堂,从“时王谢堂前燕,飞入寻常百姓家”,以平民姿态走进大众的视听范围。

3 网络传媒在音乐传播中的作用

3.1 互联网在继承传统媒体的优势以后,为音乐的传播提供了一个全方位传播平台

和报纸传媒手段相比,传播的范围广泛而且灵活。在现在这个资讯发达的时代,互联网可以通过 Internet 把广告传播到所有装有互联网的地球上的任何一个国家和地区,而且还是全天24小时不间断的连续广告。相比之下,传统媒体往往局限在某个区域,一个时间段,大大降低了传播的效果。在这个日新月异的世界,各个国家的人口流动性越来越大,互联网广告传播范围的广泛性让品牌的信息可以不断地送达目标观众,让广告、品牌都突破了国界、地域时间和空间限制,与市场固有的或者潜在的音乐消费者保持稳定长久的关系,减少消费者的流失率,同时也在不断地开拓新的市场。为音乐歌曲进一步提高国际知名度奠定基础。此外,由于互联网具有巨大的包容性和快速性,听众可以在网上快速地找到音乐方面文章,从而更有效率、也更全面。

3.2 网络传媒音乐传播的互动性

首先,和广播传媒相比,它没有受到节目播出时间的严格限制,由于网络受众的传播者都相对比较自由和独立,不需要因为害怕得罪某网民而刻意隐藏自己的真实看法,表达的观点刻意更真实和具有一定的灵活性。这种新型的交流方式对于网民来说是非常简洁和方便的,所以网络传播的参与者一般也比较多,在交流过程中,可以发现很多音乐方面存在的问题。不管是音乐创作者之间,还是音乐创作者和受众之间,都可以通过网络的媒介对音乐作品的多个方面进行直接的关于音乐各方面的交流。其次,这种相互交流方式的传播是多层次的综合传播比其他传播方式的传播范围更广阔。

4 结语

网络媒体对音乐的传播,在发扬了传统媒体的传播优势的同时,又在一定程度上弥补了传统传媒的不足。同时也具备自己的特色,这种种优势,使得网络传媒成为因为音乐传播的首选媒体,并且具有很好的发展前景。但是,这也不能说明网络媒体在音乐传播方面没有任何瑕疵,我们要辩证地看待这一传媒方式,发挥网络传媒在音乐传播的合适作用。

参考文献:

- [1] 幸文峰. 新媒体世界中的社会[J]. 读书, 2011(12): 110.
- [2] 张志远. 看谁在颠覆中国音乐产业[J]. 音乐制作, 2012(9): 56.
- [3] 庄元. 音乐学视野中的当代音乐传播研究[J]. 音乐研究, 2010(1): 59.

作者简介: 吕梦岚(1993—),女,福建泉州人,厦门大学艺术学院2012级音乐教育专业本科在读,研究方向:音乐教育。